

京东客户关系管理报告(模板5篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

京东客户关系管理报告篇一

转眼间我到x银行工作已经x年了，在领导的培养帮助和同事们的支持下，我从一个x专业出生的学生成长为一个能够熟练掌握大部分业务的银行员工。20__年x月我从x分理处调至x支行从事客户主管工作，静心回顾这一年的工作生活，我感觉收获颇丰，现将这一年的学习工作情况总结如下：

一、加强学习、提高素质

我今年x月份从x分理处调到x支行从事客户主管工作，以前对资产业务接触比较少，并且各项业务变化比较多，这就需要我静下心来重新学习信贷业务知识，在我到岗理清思路后，我自觉加强各种金融产品的理论知识学习，提高自己对我行金融产品的理解，并在较短时间内熟悉信贷业务，在领导和师傅们的帮助下，很快就上手了。我想只有自己对业务掌握透彻后才能更好的为客户提供服务。

作为一名客户主管，我深刻体会和感触到该岗位的职责，客户主管是我行资产业务对公众服务的一张名片，是客户与我行联系的枢纽，怎样更好地服务好客户是我要学习和进步的地方，一方面要熟悉自己行里的业务产品，明白自己能够给客户带来什么，另一方面，要明白客户需求什么，尤其是后一方面，明白了客户的需求，才能去有的放矢的服务客户。

二、脚踏实地、勤奋工作

作为一名客户主管，我勤勤恳恳，任劳任怨。我的工作主要是银行资产业务，为单位创造效益的同时还要时刻把握业务风险，不能因为自己的疏忽给银行带来损失，这就要求我做事要细心，观察要仔细，调查要属实，报告要认真，分析要专业，在维护好存量客户的同时要努力挖掘新的客户，并以专业的业务处理能力来满足客户的需求，在优先获取营业利润的同时实现个人合规工作，保证信贷资金的安全。

三、存在不足

对挖掘现有客户资源，客户好中选优，提高客户数量和质量，提升客户对我行更大的贡献度和忠诚度还有待加强。我还需要进一步克服年轻气躁，做到脚踏实地，提高工作主动性，多干少说，在实践中完善提高自己。

在新的一年里，我将再接再厉，更加注重对新的规章、新的业务、新的知识的学习专研，改进工作方式方法，积极努力工作，增强服务意识，争取在各个方面取得进步，成为一名优秀客户主管。

京东客户关系管理报告篇二

这半年间，我不仅仅学会了基础的汽车知识，同时也对自己的品牌有了更深入的了解，使我深深的爱上了自己所从事的工作，自己所销售的汽车。在我心里只有热爱自己的岗位才能做好本职工作。

短短的半年时间，我明白了做汽车销售单凭自己的热爱是不够得，要学会如何进行客户谈判、分析客户情况的。这些是我一个刚入职的销售员从前所没经历过的，而我们老销售员在谈判的过程他们常常会带着我这个新人，学习谈判经验，这点我非常感谢我的同事们。所以，到现在我有难以谈的下来的客户，我会吸取老销售员的谈判技巧，来进行谈判。

现在嘉兴汽车销售市场竞争的日益激烈，摆在所有销售人员面前的是一平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，所以拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

而我每一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比诚信；如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。这些一直是我的工作态度。我相信只有这样才能把工作完成的更好。

对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习、请教老销售员业务知识，尽快提高自己的销售技能。

公司在发展过程中，我认为要成为一名合格的销售员，首先要调整自己的理念，和公司统一思想、统一目标，明确公司的发展方向，才能充分溶入到公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。以下是我xx年的工作计划：

- 1、继续学习汽车的基础知识，并准确掌握市场动态各种同类竞争品牌的动态和新款车型。实时掌握嘉兴汽车业的发展方向。

- 2、与客户建立良好的合作关系，每天都建好客户信息卡，同时对于自己的信心客户务必做到实时跟进，对于自己的老客户也要定时回访。同时，在老客户的基础上能开发新的客户。让人知道与了解荣威车，并能亲身体验。了解客户的资料务、兴趣爱好、家庭情况等，挖掘客户需求，投其所好，搞好客户关系，随时掌握信息。重点客户的开展。我在这里想说一

下：我会要把c类的客户当成o类来接待，就这样我才比其他人多一个0类，多一个o类就多一个机会。拜访，对客户做到每周至少三次的拜访。

3、努力完成现定任务量。在公司规定的任务上，要给自己压力，要给自己设定任务。不仅仅，要努力完成公司的任务，同时也完成自己给自己设定的任务。我相信有压力才有动力。

4、对于日常的本职工作认真去完成，切不可偷懒，投机取巧。

5、在业余时间多学习一些成功的销售经验，最后为自己所用。

6、在工作中做到，胜不骄败不馁，不可好大喜功，要做到一步一个脚印，踏踏实实的去做好工作，完成任务。

7、意识上：无论在销售还是汽车产品知识的学习上，摒弃自私、强势、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上司、朋友、同事更加融洽的相处。

1、卫生工作，办公室，展厅值班都要认真完成。

2、每日至少回访和跟踪2到3个潜在客户，并及时跟新客户需求。

3、每日做好前台值班工作，登记每位来访客户的信息，并上报潜客系统。

4、每日自己给自己做个工作总结，回想一下每天的工作是否有没做好的。是否需要改正。

5、了解实时汽车行业信息，同类竞争品牌动态。知己知彼，方能百战百胜。

1、查看潜客系统，看是否有需要跟进的客户。整理每位客户

的信息。并做需求备案。

2、查看自己的任务完成了多少，还少多少量。下周给自己多少任务。

1、总结当月的客户成交量，客户战败原因。

2、总结当月自己的过失和做的比较好的地方。

()

3、制定下个月自己给自己的任务，和工作计划。

京东客户关系管理报告篇三

目录

前言：.....2 一、美萍客户关系管理系统的分析. 2

姓名：熊金 学号：25 指导老师：张丽霞老师 班级：物流1231班

前言：

越来越多的企业与管理者已经相信，以客户为中心是未来成功的关键。借助客户关系管理系统，企业能更好地了解、服务于客户，改善客户关系，提升管理水平，降低企业经营成本，最终为企业赢得更大的利润。CRM因此成为现代营销管理不可缺的管理平台。特别是保险与培训行业，对客户关系的的管理尤其重要。美萍CRM可帮助企业建立以客户为中心的商业模式，通过客户细分和客户生命周期管理。满足客户需求，并在此基础上进行一对一的个性化开发服务，通过该系统，可以为企业提升满意度，从而实现长久增值。

一、美萍客户关系管理系统的分析

1、美萍客户关系管理系统的简介

美萍客户管理系统是一款专业的客户关系管理软件(crm管理系统)，软件以客户为中心，把科学的管理与信息技术结合起来，实现市场、销售、服务协同工作统一管理。帮助企业规范业务流程、提高客户挖掘能力和客户服务质量、有效管理客户资源、提高销售成功率，达到全面提升企业核心竞争力的目的。软件界面设计简洁,美观,其人性化的软件流程，使普通用户不需培训也能很快掌握软件操作使用方法,上手极易。强大报表与集成查询功能是本软件的最大特色，所有功能在用户需要的使用地方自然体现，不用打开多个窗口重复查询。美萍客户关系管理系统广泛适用于各个行业进行客户管理,销售管理,是您企业进行客户档案管理,客户资料管理,客户服务管理,客户信息管理的强大工具。

2、美萍客户关系管理系统的产品优势分析

1、客户信息管理-支持客户信息的来电提示。 2、客户服务管理-支持客户邮件、短信群发。 3、商品管理：采购进货，采购退货，库存查询 4、crm客户管理-客户积分、兑换功能。 5、客户销售管理-销售漏斗分析功能。

6、客户资料管理-支持客户资料批量导入、导出。 7、支持用户自行修改报表功能（打印模板设置）。 8、支持客户事件提醒。 9、支持用户权限分组。

10、crm客户关系管理-对客户资料、商品销售、员工贡献的分析统计功能。 11、支持web远程管理。 12、数据自动备份。

3、美萍客户管理系统功能特点

1、客户往来:对客户信息进行全面的管理。如：查询客户的

相关详细信息，客户购买产品的信息，客户反馈信息等。

2、客户管理:包括客户资料管理，客户交互管理，客户跟进管理，客户提醒管理，客户回款管理，流失客户管理，合同文档管理等。

3、统计分析:包括客户分析，产品销售分析，利润贡献分析，业务员业绩分析。反映出客户、产品销售、利润与业务员之间的关系。

4、系统设置:可以对数据库备份/恢复，系统初始化，操作员修改密码，基础资料设置，商品信息设置等。

4、美萍客户管理系统营销、销售管理功能分析

(1) 营销活动

记录公司为了新产品上市、扩大市场份额、解决产品积压库存、参加展销会等举办的市场活动。在系统中选择活动涉及的产品，录入活动相关信息，如成本预算和实际成本等，可以对营销活动的实际收益进行分析。在营销活动中可以选择目标客户、潜在客户，进行邮件群发操作。

(2) 客户

记录有可能购买公司产品的组织或团体。与客户模块类似，可以看到与该潜在客户相关的信息，包括待办事项、往来邮件、拜访记录等，但没有销售订单、发货单等这些信息。一旦潜在客户有购买意向或者还有价值在以后进行销售挖掘，那么就应该将这个“潜在客户转换为客户”。在转换时，可以同时输入销售机会的信息。转换后，潜在客户中不再有该客户的信息，原来在潜在客户中关联的信息也会一同被转换过去。(5) 销售机会 (商机)

销售订单是在与客户形成销售协议之后产生的，是销售管理系统实质性功能的第一步，它上接销售合同，并向下传递至销售发货。通过订单信息的维护与管理，实现企业对销售的计划性控制，使企业的销售活动、生产活动、采购活动处于有序、流畅、高效的状态。在销售订单中可以记录所需每个产品（服务）的价格、数量、折扣、税额、运费、其它手续费等，销售协议以文档附件的形式与之关联。从销售订单中我们可以查看、创建与之相关的发货单。如果是分批发货，我们还可以创建周期性的发货单，指定发货单的周期、状态、启动日期、结束日期、付款期限等。库存不足的时候会提醒。销售机会、报价、销售订单是一个动态、顺序模式的销售管理功能，可以将每一个销售活动进行细化管理，也可以跳过这些模块而直接进入发货单，通过发货单来反映您的静态销售额。

二、华强crm客户管理软件的分析

1、华强crm客户管理系统软件简介

产品报价：针对客户建立的报价单，详细记录各项产品报价情况，当客户成交后，可在销售开单中将报价中直接引入，避免重复录入数据。

销售订单：详细记录客户订购产品的详细信息，当客户成交后，可在销售开单中将订单直接引入，避免重复录入数据。

销售管理：针对客户建立的销售单，具有新建单据—提交审核—待审核—审核确定整个管理流程，详细记录客户的名称和联系人，产品，价格等各项信息资料，并且可以按照用户的要求设计报表格式，修改成符合公司实际情况的报表。销售开单可引用报价单及销售订单，避免重复录入产品明细，提高工作效率。

（3）、服务管理

投诉管理：详细记录客户投诉信息，并且可将投诉记录指派给某业务员受理，在系统也可以自动生成投诉信息并且以消息的方式通知受理人。受理人收到消息就能很快地知道客户投诉信息，然后针对客户投诉作出相应的处理，迅速满足客户的需求，大大提高客户的满意度。

服务管理：接到客户投诉后，可在服务管理中建立服务安排记录，安排业务员处理客户投诉，也可自动生成服务信息并以消息的方式通知相关业务人员，业务人员能立即收到消息并快速处理服务相关事项，并且可记录客户服务情况。服务管理模块可大大提高客户的满意度。

（1）华强crm软件功能简单易用，易于上手操作，但只适合中小企业，且行业不同企业性质不同对crm软件的需求也不相同。

（2）单机版只能单机使用，并不需要与互联网或者其它计算机进行数据交换，具有封闭性，不适用于企业。

（3）系统功能模块设置不合理。文件，并不是通用的文件格式。没有第三方api借口，与其它的erp管理软件（比如itmc系统）不能进行数据连通和交换，也不能保证数据的完整性和有效性。

（4）在电脑操作系统方面，华强crm软件在winxp系统中可以运行，进行数据编辑。但在win7系统中，网络版并不能完好运行。

4、华强客户关系管理系统软件的意见和建议

（1）在安装的过程中，安装程序、步骤比较复杂，而且对操作系统要求过高，有的版本操作系统安装不上。

（2）软件打包时最好设立桌面快捷方式，方便查找及使用，

浏览器中打开不能保存，总要输入地址。

(3) 权限设置复杂，容易误操作。

(4) 输入时序号应该自然增加而不应该以最后输入的案件序号排在前面。

(5) 应该加强华强crm客户管理软件专业版在线升级。

三、总结

通过这两周在老师的指导和学习下，让我了解到了客户关系管理系统crm作为一种软件系统，它与erp软件不一样，在crm软件系统中，以客户作为系统组织的主线，以先进的软件技术实现企业的市场营销(marketing)销售(sales)服务和技术支持(service)等前端办公领域自动化管理和流程的改善。“客户就是上帝”，如果没有客户了，企业将失去其赖以生存的能量，那么企业最终将走向灭亡。所以crm系统就是以客户为中心，以服务为向导，处处体现客户对企业的重要性。同时，这个crm系统平台把企业原来分散的力量和资源集结到一个层面上来，而这个层面就是客户与企业交流所需要面对的唯一平台。这样可以极低的降低客户与企业交流所需要经历的步骤，从而找到了与企业之间的最短的一条直接通道。从而降低了双方的成本，以实现客户和企业价值的最大化。

京东客户关系管理报告篇四

客户关系管理的上机实践主要使用的是行健动力客户关系管理软件，本篇报告主要就讲述的是这套软件的使用发放及心得体会。行健动力客户关系管理软件是一套针对中小企业的应用而精心设计的客户关系管理系统。它的优势体现在以客户为本，以沟通为基础，以竞争为必需手段，搜集信息为辅

助手段，了解客户的需求为中心，一步一步将客户变为忠实的客户。行健动力crm的功能实在，操作方便，灵活，适合不同计算机操作水平的人士使用。

软件的特点

3. “机会—项目—维护管理”一套完整的销售流程：系统完全以客户为中心，严格按现代管理观念设计，贯彻“项目机会—项目过程—项目维护”这一思想，使用户能建立高效，反应迅速的销售网络。

6. 数据信息的可靠性及良好的共享性：系统通过内部算法，对数据进行统计分析，如实反应公司的内部运作，自如地管理使用用户，便利的客户共享和移交使公司员工互联互通，体现资源科学合理利用。

7. 系统的人性化：系统简洁易用，界面美观，贯穿管理概念，令你思路清晰，体现人性化的管理。

心得体会

这学期所学的客户关系管理的主旨所在在我看来那就是如何发展新客户、保持现有客户联系，以及记录每一次客户的联系情况。随着企业发展，客户越来越多，客户关系管理系统软件也成为各个公司管理的基本软件，此软件不仅适合各类企业需要，商店、商场也适用。以下是我在实践使用中的心得体会：

1. 系统安装及网络设置简单：不管是单机版，还是网络版，安装都非常简单，根据提示安装即可。安装好后，输入用户名密码即可登录。系统运行速度也很快、界面功能分类清晰。

2. 客户管理功能齐全：当今社会，是人才大量流动的时代，我想每个老板都会对人才的流失、客户的流失有所顾虑的。

那么怎样才能做到不让客户流失呢？就需要一个好的实用的软件来管理所有客户的资料，及与客户的一些谈判过程和进度，以便接手工作的人能更好的更快的进入情况。而此软件最让我满意的就是客户信息的功能。里面可以非常详细的进行设置所需要的客户类型、客户状态、地区等等。客户类型除了系统本身提供的一些名称，如：代理商、直销商、经销商等，还可以自行设置和修改，设计的非常灵活简便。此窗口除了提供客户的基本信息功能，还有人员信息、交往信息与产品信息，可以把每次谈判的过程和情况都详细的记录在案，以便下一次与客户的联系、跟踪。

3. 关系管理有深度：仅有客户的信息和资料是远远不够的，如今的社会，竞争是残酷的，因为我们只有知己知彼，方能百战百胜。所以我们就必须了解竞争对手的信息与资料，并对其进行分析和比较，才能更好的打败对方，争取更多的客户。这也是这个软件功能上，让我觉得值得介绍给大家的一个地方。竞争对手的窗口中，可以详细的记录竞争对手的基本信息、企业人员、产品信息及与客户的业务交往记录。在这些资料的基础上，我们才能更好的统计分析出，竞争对手和客户、我们和客户、竞争对手和我们三方面之间的联系及比较。当然这个软件不是仅仅局限于管理客户和竞争对手的资料，也可以帮你管理一些公司内部的情况，如广告投入情况、市场策划管理、合同管理、反馈情况、催款情况。

总之，客户关系管理系统软件是一款很实用很为当今公司企业所着想的一款管理软件，能够是企业的客户管理变得更加简洁、系统，使客户关系管理变得更加容易。

京东客户关系管理报告篇五

一、选题依据

如何在产品日益同质化的市场竞争中脱颖而出，留住老客户并吸引新客户已成为外贸公司能否获取成功的关键□xx生物科

技有限公司作为一家外贸公司，面临着来至不同地区的竞争对手强有力的挑战。在这种形势下，xx公司应从公司战略层面的高度上对自身业务及管理模式进行相应的调整，以提升公司的核心竞争力，取得竞争优势。本研究从xx公司的整体环境分析入手，通过对公司的概况、目前的客户结构与管理现状研究，得出结论，表明客户是公司最重要的资源，发展与客户良好的共赢合作关系，提高客户的满意度和忠诚度是xx公司取得市场优势的关键所在。在回顾国内外有关客户关系管理理论的基础上，从客户识别、客户获取、客户维持及客户效益方面分析，以客户为核心，构建适合xx公司的客户关系管理战略。首先，根据公司的定位，提出“顾客至上，锐意进取”的战略目标，通过制定公司文化重塑、客户导向、管理改革等经营决策策略，搭建包含全面质量管理、客户满意调查、客户抱怨处理的客户服务平台。

二、理论上和实践上的意义及可行性论述

本文主要介绍了客户关系管理、客户识别的相关定义及其国内外客户关系管理研究现状，并结合我实习的单位厦门xx生物科技有限公司的客户关系管理进行分析，充分利用客户识别分类、客户满意的重要性，提出今后企业应如何改进客户关系管理，提高客户满意度和忠诚度，从而提升企业的竞争优势，以达到企业赢利和可持续发展的目的。

本文对厦门xx公司crm所提供的改进策略分析，是在理论跟实践相结合的基础上提出的建议，因此具有一定的可实施性，但是可能由于目前的公司环境、社会环境等因素的局限性，可能存在投入产出不符合预期估计的这种可能。但是相信只要能够正视将客户关系管理的理念深刻灌入员工心中，并合理地推行客户资料管理，定能给企业带来效益。

论文撰写过程中拟采取的方法和手段

本文主要采取访问法、现场观察法以及二手资料收集方法。首先分析了研究的背景意义;其次对客户关系管理背景及现状进行分析;然后分析商务发展现状和客户关系管理发展情况。在前人研究的基础上,再结合自己实习的公司厦门xx生物科技有限公司的客户关系管理运用情况,最后对其移动客户关系管理的实施提出建议。

手段:

1. 通过学校图书馆和网络数据库资源来收集相关资料,研究国内外客户关系管理的理论研究情况以及国内相关企业的实际应用情况进行分析。
2. 通过毕业实习,对实习单位进行相关调查,了解厦门xx生物科技有限公司客户关系管理现状以及存在的问题。
3. 结合国内外对客户关系管理的理论及研究现状,针对企业实际情况,对其目前的客户关系管理提出探讨。

四、写作提纲

1绪论

1.1诊断对象基本情况

1.2诊断课题

1.3研究目的

1.4研究的条件与局限性

1.5研究的方法

2诊断体系设计与执行

2.1同类诊断研究

2.2本研究的诊断体系

2.3本研究诊断中使用的营销理论与方法

2.4研究数据的收集

3诊断结果分析

3.1诊断的基本判断

3.2xx公司存在的问题

4解决问题的对策建议

4.1问题与对策匹配体系

4.2对策建议

五、计划进度及其内容

1.20xx年x月，与指导老师探讨确定选题方向

2.20xx年x月，下达任务书、完成论文开题报告。

3.20xx年x月至20xx年x月，收集资料，形成写作提纲。

4.20xx年x月，完成理论综述部分撰写。

5.20xx年x月中下旬，结合实际企业完成实际应用部分撰写。

6.20xx年x月，对论文进行修改直至最终定稿。

7.20xx年x月下旬，完成论文格式修改。

8.20xx年x月，提交论文并参加答辩